produtos diretos ou estão fortemente integrados a fenômenos de massa absorvidos pela 'Indústria Cultural'.

Estas constatações, inevitavelmente, nos remetem ao pensamento do filósofo e músico Theodor W. Adorno (1903-1969), a quem se atribui, inclusive, a paternidade, em coautoria com o filósofo e sociólogo, Max Horkheimer (1895-1973), da expressão 'Indústria Cultural'. A presença da 'Indústria Cultural' no contexto das práticas de 'assédio moral' nas empresas, tal qual identificado nesta pesquisa, invoca os ensinamentos de Adorno, especialmente quanto às suas críticas com relação à 'música popular', abordadas a seguir.

Adorno analisou a transformação da música em mercadoria, as alterações provocadas em sua estrutura interna e o impacto em seus fundamentos na relação entre arte e sociedade. A produção em série da obra de arte sacrificaria "*aquilo pelo qual a lógica da obra se distinguia da lógica do sistema social*" (Horkheimer; Adorno, In: Lima, 2000, p. 170).

A música, na qualidade de produto (por vezes ligada à dança), teria por finalidade o entretenimento e o lazer, sem esforço, daqueles que têm suas forças de trabalho exauridas e precisam repor suas energias. Esta espécie de música permite sua audição e reconhecimento de forma desconcentrada (o que prejudicaria a apreensão do seu todo), sendo o foco maior no 'estilo': "*a única coisa importante é que o estilo assegure efeitos particulares de atrativo sensorial*" (Adorno, In: Os Pensadores, 1980, p. 182).

Enquanto mercadoria, a música tem por característica a 'estandardização' que, por sua vez, também produz reações 'estandardizadas'. É oferecida através de mecanismos de 'repetição' destinados a torná-la reconhecível e valorizá-la. No entanto, o que se pretende é que o consumidor tenha a percepção de uma diferenciação dos produtos (que em sua essência não se diferenciam) e de liberdade de escolha, provocando uma 'pseudoindividuação' (o que ocorreria, no

sucesso em festas familiares na década de 90. LEME, Mônica Neves. *Que 'Tchan' é Esse? indústria e produção musical no Brasil dos anos 90.* São Paulo: Annablume, 2003, p. 39. Veja também as referências neste trabalho ao funk 'Eguinha Pocotó'.

entanto, é uma perda de autonomia e identidade)[324]. Entende Adorno que[325]: "*Desde que a arte foi tomada pelo freio da indústria cultural e posta entre os bens de consumo, sua alegria se tornou sintética, falsa, enfeitiçada.* ***Nada de alegre é compatível com o arbitrariamente imposto***" (Adorno, 1996, grifo nosso).

Em decorrência, observa Adorno que a audição moderna regrediu. Reconhece na música popular características de uma linguagem infantil e que impõe aos seus ouvintes dificuldades de abandono de uma situação infantil geral, causada, dentre outros motivos, pela privação da liberdade[326].

Para Adorno, a música no contexto da Indústria Cultural deixa de ser uma linguagem autônoma para assumir uma função 'sociopsicológica'. Faz com que os indivíduos se sintam integrados e a designa de 'cimento social'. Identifica dois tipos sociopsicológicos de comportamento de massa na música popular, quais sejam: o 'emocional' (mais introspectivo, no qual a música provoca a liberação de sentimentos e

---

[324] ADORNO, T. W. O fetichismo na música e a regressão da audição. *In: Textos Escolhidos. Benjamin, Adorno, Horkheimer, Habermas. Os Pensadores.* São Paulo: Abril Cultural, 1980, p. 165-6, 170-5, 180, 182, 188; ADORNO, T.W. Sobre Música Popular. *In:* COHN, Gabriel (org.) *Theodor W. Adorno. Sociologia.* Coleção Grandes Cientistas Sociais, 54. São Paulo: Ática, 1986, p. 118-122, 123-125, 136-7, 143; e, HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. W. A Indústria Cultural. O Iluminismo como Mistificação de Massas. *In:* LIMA, Luiz Costa. *Teoria da Cultura de Massa.* 7ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000, p. 184.

[325] ADORNO, Theodor W. *Textos. Escola de Frankfurt – Theodor W. Adorno. A Arte é alegre?* ("Ist die Kunst heiter?" integra os ensaios de Noten zur Literatur. Gesammelte Schriften 11. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1996: 599-606. Tradução de Newton Ramos-de-Oliveira e revisão pela Equipe do Potencial Pedagógico da Teoria Crítica (Antonio Álvaro Zuin, Bruno Pucci e o tradutor). Cf. Disponível em: <http://antivalor.vilabol.uol.com.br/textos/frankfurt/adorno/adorno_06.htm>. Acesso em: 04/02/2009.

[326] ADORNO, T. W. O fetichismo na música e a regressão da audição. *In: Textos Escolhidos. Benjamin, Adorno, Horkheimer, Habermas. Os Pensadores.* São Paulo: Abril Cultural, 1980. p. 180-184; ADORNO, T.W. Sobre Música Popular. *In:* COHN, Gabriel (org.) *Theodor W. Adorno. Sociologia.* Coleção Grandes Cientistas Sociais, 54. São Paulo: Ática, 1986, p. 128-129.

tem função catártica) e o 'ritmicamente obediente' (em geral jovem, e cuja experiência musical é baseada na unidade rítmica, a 'batida')[327]. Adorno atesta a força do ritmo ao observar que "...*o compasso padronizado da música para dança e marcha sugere os batalhões bem ordenados de uma coletividade mecânica*..." (Adorno, In: Cohn, 1986, p. 139). Porém, em ambos os tipos seria clara a dependência social. Afirma, neste tocante, que: "*Quem chora não resiste mais do que quem marcha*" (Adorno, In: Cohn, 1986, p. 141).

Horkeheimer e Adorno ressaltam que no capitalismo tardio todos são constrangidos a cada momento a comprovar o seu pertencimento moral à sociedade, em um permanente rito de iniciação:

> "*Todos devem mostrar que se identificam sem a mínima resistência com os poderes aos quais estão submetidos. Isso se encontra na base da síncope do 'jazz' que escarnece dos tropeços e, ao mesmo tempo, os eleva à condição de norma*" (Horkeheimer; Adorno, In: Lima, 2000, p. 201).

Adorno considera que a função disciplinadora da música, presente no pensamento grego e considerada 'bem supremo', ainda se mantinha em seus dias, vez que "*todos tendem a obedecer cegamente à moda musical*" (Adorno, In: Os Pensadores, 1980, p. 165). Afirma também que: "*A música de entretenimento preenche os vazios do silêncio que se instalam entre as pessoas deformadas pelo medo, pelo cansaço e pela docilidade de escravos sem exigências*" (Adorno, In: Os Pensadores, 1980, p. 166).

Na visão de Horkheimer e Adorno, se de um lado a 'Indústria Cultural' constantemente se adapta aos desejos de momento evocados e tem sua força calcada na resposta às necessidades criadas, também priva os consumidores daquilo que promete e, ao contrário de oferecer a sublimação estética, reprime e sufoca.

A pressão para a aceitação de certos gostos e a consequente ilusão e submissão, que faz parte do processo da 'Indústria Cultural',

---

[327] ADORNO, T. W. Sobre Música Popular. *In:* COHN, Gabriel (org.) *Theodor W. Adorno. Sociologia.* Coleção Grandes Cientistas Sociais, 54. São Paulo: Ática, 1986, p. 138-141.

presente na música de massa, não seria integralmente passiva: embutiria despeito e ódio que, conforme alerta Adorno, pode resvalar na ridicularização ou destruição do que antes enfeitiçava[328]. Caberia indagar, portanto, se as constatações desta pesquisa não descreveriam reações desta natureza aos produtos musicais da Indústria Cultural.